

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan manusia yang tidak terbatas sedangkan kemampuan manusia yang terbatas tampaknya akan selalu ada sampai kapanpun. Hal ini akan mendorong perbankan untuk memberikan layanan terbaiknya kepada nasabah. Sebagaimana fungsi perbankan sebagai lembaga intermediasi keuangan guna memenuhi kebutuhan manusia yang tidak terbatas tersebut. Perbankan menawarkan jasa-jasanya dalam bentuk dana atau secara umum yang dikenal dengan kredit. Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank mencakup kelembagaan kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Adapun tujuan lembaga keuangan adalah memajukan kesejahteraan anggota dan masyarakat pada umumnya, serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional, dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur.

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sementara itu, definisi menurut undang-undang no 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, bab 1 pasal 1 dijelaskan bahwa perbankan syariah adalah

segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah(UUS), mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Dewasa ini dalam meluncurkan strateginya untuk bersaing dengan lembaga keuangan lain, perbankan mengemas produknya sedemikian rupa. Sehingga memudahkan nasabahnya untuk mengajukan permohonan kredit untuk berbagai kebutuhan. Seperti contoh: kredit modal usaha, kredit multiguna (pernikahan, pendidikan, pembiayaan pembelian sepeda motor), pembiayaan pembelian mobil, renovasi rumah dan lain-lain. Kredit yang sampai kepada nasabah tidak lepas dari strategi pemasaran. Sebagaimana diketahui bahwa keadaan dunia ekonomi bersifat dinamis, yang selalu mengalami perubahan yang terjadi setiap saat dan adanya keterkaitan antar satu dengan yang lainnya.

Salah satu cara yang digunakan perbankan dalam bidang kredit untuk tujuan meningkatkan penyaluran dana sekaligus sebagai alternatif pemenuhan kebutuhan calon nasabahnya yaitu melalui kegiatan pemasaran kredit ini. Suatu produk tidak akan digunakan bahkan dikenal apabila calon nasabah tidak mengetahui kegunaannya, keunggulannya, dimana produk dapat diperoleh dan berapa harganya. Peran marketing disini menjadi sangat penting, karena peran marketing sebagai penghubung antara nasabah yang membutuhkan kredit dengan lembaga keuangan itu sendiri.

Sebagaimana kita ketahui bahwa jasa yang diberikan yang oleh lembaga keuangan tidak mungkin dapat mencari sendiri nasabah ataupun peminatnya. Oleh karena itu strategi pemasaran mempunyai peranan penting bagi perbankan dalam upaya pengenalan produknya kepada nasabah atau calon nasabah. Dengan demikian strategi pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah. Sebagaimana kita ketahui bahwa jasa yang diberikan yang oleh lembaga keuangan tidak mungkin dapat mencari sendiri nasabah ataupun peminatnya.

Untuk itulah promosi memiliki peranan penting dalam mengonfirmasikan produk atau jasa perusahaan kepada nasabah. Maka dari itu peranan promosi sangat berguna sebagai memperkenalkan jasa kepada calon nasabah, memberitahukan kegunaan dari jasa perkreditan kepada calon nasabah, memberitahukan kegunaan dari jasa perkreditan kepada calon nasabah. Oleh karena itu, kegiatan pemasaran produk perkreditan atau jasanya harus membutuhkan *marketing* mengenai jasa yang ditawarkannya. Hal inilah yang melatar belakangi peneliti untuk meneliti lebih jauh tentang permasalahan yang berkaitan dengan pemasaran Bank Syariah. Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk membuat tugas akhir dengan judul “Implementasi Strategi Promosi Pemasaran Kredit Pada Bank Muamalat Cabang Padang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka untuk memudahkan dalam penyelesaian permasalahan yang menjadi dasar dalam penulisan ini, maka dapat dirumuskan permasalahan pada tugas akhir ini adalah:

1. Bagaimana implementasi strategi promosi pemasaran kredit pada Bank Muamalat Cabang Padang ?
2. Apa saja kendala penerapan strategi promosi pemasaran Kredit Pemilikan Rumah (KPR) pada Bank Muamalat Cabang Padang ?
3. Bagaimana upaya pendukung keberhasilan promosi pemasaran Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Bank Muamalat Cabang Padang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui implementasi strategi promosi pemasaran kredit pada Bank Muamalat Cabang Padang.
2. Untuk mengetahui kendala penerapan strategi promosi pemasaran Kredit Pemilikan Rumah (KPR) pada Bank Muamalat Cabang Padang.
3. Untuk mengetahui upaya pendukung keberhasilan promosi pemasaran Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Bank Muamalat Cabang Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang dapat diambil dari penulisan tugas akhir ini adalah:

A. Bagi Akademis

Diharapkan penelitian ini menjadi bahan referensi pada penelitian lain yang sejenis di waktu yang akan datang, sehingga dapat memperbaiki dan menyempurnakan keterbatasan dan kelemahan yang ada dalam penelitian ini.

B. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk mendukung pengembangan usaha perusahaan dan sebagai masukan yang dipertimbangkan bagi perusahaan yang bersangkutan.

1.5 Tempat dan Waktu Magang

Untuk memenuhi mata kuliah wajib yang harus diikuti oleh penulis, maka penulis melaksanakan magang yang sesuai dengan judul tugas akhir yang diajukan oleh penulis, yaitu Implementasi Strategi Promosi Pemasaran Kredit Pada Bank Muamalat Cabang Padang .Waktu Magang: Selasa, 27 Desember 2016 s/d Senin, 20 Februari 2017. Penempatan Posisi Magang: Bagian pembiayaan penyaluran dana (Landing).

1.6 Sistematika Laporan Magang

Adapun sistematika laporan magang ini adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Menjelaskan latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan magang, manfaat magang, tempat dan waktu magang, dan sistematika laporan magang.

BAB II : LANDASAN TEORI

Memberikan landasan teori yang menjelaskan teori – teori pendukung yang digunakan dalam penjelasan dan pembahasan tugas akhir. (laporan Magang).

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Menguraikan tentang gambaran umum perusahaan, sejarah berdirinya Bank Muamalat Cabang Padang.

BAB IV: PEMBAHASAN

Menguraikan tentang strategi pemasaran kredit pada Bank Muamalat Cabang Padang.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan tentang kesimpulan dan saran berdasarkan hasil – hasil pembahasan dari pelaksanaan magang yang dilakukan oleh penulis.

